

NOMBRE PROCESO	Posicionamiento y Comunicaciones	TIPO DE PROCESO	Misional	RESPONSABLE	Director(a) comunicaciones / Profesionales Senior y Junior.
OBJETIVO DEL PROCESO					
Promover la ciudad-región como destino ideal para la gestión de la cooperación y la inversión, y como actor estratégico en el escenario mundial a través de los planes de desarrollo y del fortalecimiento de la marca ACI Medellín. Impulsar y facilitar la cultura institucional a través de la comunicación organizacional.					
ALCANCE	Inicia con la recepción o solicitud de información por parte de cualquiera de los procesos misionales de la ACI Medellín y del conglomerado público, y termina cuando se cumple un ciclo de comunicaciones determinado. También incluye la creación de contenidos propios que se generan para posicionar la ciudad en el exterior, tanto en las líneas temáticas de cooperación como en los sectores priorizados de inversión y terminan una vez llegan a los públicos de interés.				
POLÍTICAS	<ul style="list-style-type: none"> Las comunicaciones de la institución serán verídicas, claras y oportunas. Todas las comunicaciones externas e internas deberán ser validadas por el proceso de comunicaciones y/o la dirección ejecutiva con el fin de mantener unidad de criterios, discursos, tonos y utilización de la imagen gráfica institucional. Desde el proceso de Posicionamiento y Comunicaciones, la información de la ACI Medellín se cataloga como Reservada, Clasificada, Pública y No Clasificada, y se le hace seguimiento a través del formato de “Seguimiento semanal a controles de riesgos en las publicaciones”. La vocería está a cargo de la dirección ejecutiva. En casos especiales se podrá delegar a directores, consultores o profesionales según la experticia. Los planes de difusión de los mensajes de la ACI Medellín y de las líneas temáticas en las que tenemos intervención en el Plan de Desarrollo de la Alcaldía de Medellín, estarán formulados y ejecutados según el público de interés: interno, externo o mixto. El cubrimiento de eventos propios y la participación de la ACI Medellín en eventos externos coordinados por otros procesos, deben ser informados al proceso de Posicionamiento y Comunicaciones de manera semanal y anticipada. Cada evento institucional de la ACI Medellín (eventos como Aliados Internacionales, ¿Por Qué Medellín? y Cátedras ACI Medellín) deberán incluir la encuesta de satisfacción para indagar ante los asistentes su experiencia con el desarrollo del evento para generar procesos de retroalimentación, mejoramiento continuo y calidad. La relación con los ciudadanos en el exterior se realizará mediante la red Sos Paisa, encargada de buscar aliados que quieran cooperar con los proyectos de ciudad y ser un escenario de divulgación de la transformación de Medellín. Las actividades de diseño de material gráfico oficial de la institución serán coordinadas y desarrolladas desde el proceso con el fin de facilitar la comunicación visual y apoyar las actividades de presentación de contenidos e información, a través de diversos canales entre la ACI Medellín y sus aliados, en la gestión de atracción de inversión y la captación de cooperación. La estrategia digital para redes sociales tendrá un plan anual y un cronograma de contenidos cada semana. 				

**CARACTERIZACIÓN PROCESO
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-COM-01

Versión: 09

Vigencia: 24/05/2021

ETAPAS CLAVE DE LA EJECUCIÓN DEL PROCESO						
Proveedores	Entradas/Insumos	Actividades			Salida	Cliente
		Ciclo (PHVA)	Actividades clave	Descripción de la actividad		
Direccionamiento estratégico / Aliados locales.	Plan de Desarrollo Municipal.	P	Realizar un análisis que permita identificar las acciones de comunicación desde la ACI Medellín, para la ejecución anual.	Leer, analizar, seleccionar y alinear las estrategias del plan de desarrollo municipal, para definir el plan operativo del proceso.	Plan de Operativo de Comunicaciones y ejecución del presupuesto del proceso.	Alcaldía y conglomerado público.
Direccionamiento estratégico ACI Medellín.	Documento de planeación estratégica.	P	Identificar y analizar el plan estratégico.	Conocer las generalidades estratégicas del plan institucional e identificar los objetivos estratégicos a los cuales contribuye el proceso y definir las actividades específicas del proceso que contribuyen a su consecución.		Todos los procesos ACI Medellín y Planeación.
Conocimiento e Innovación.	Informes de tendencias de cooperación e inversión anuales.	P	Estudiar y analizar los informes de tendencias.	Reconocer las tendencias de cooperación e inversión.		Públicos internos, externos y mixtos.
Comité de Inversión y Comité de Cooperación.	Planes transversales operativos de inversión y cooperación.	P	Identificar las necesidades de los planes transversales.	Reconocer las necesidades de posicionamiento y comunicación en los planes operativos de cooperación e inversión.		Inversionistas, Cooperantes y Beneficiados.
Relaciones Administrativas.	Presupuesto aprobado.	P	Conocer el presupuesto asignado al proceso.	Asignar los recursos y los supervisores según las necesidades.		Direccionamiento estratégico.
Entes de control.	Normograma. Normativa vigente.	P	Revisar la normativa asociada con el proceso.	Revisar y acoger las actividades a la normativa asociada con el proceso.		Entes de control.
Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.	Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada	H	Estrategia de identidad de marca / mercadeo institucional	- Eventos propios: PQM. - Webinars temáticos en conjunto con entidades de Cooperación y diplomacia internacional.		Ejecución de las actividades de la Estrategia de identidad de marca / mercadeo institucional

	o construida por los profesionales del proceso.			<ul style="list-style-type: none"> - Participación en eventos externos: imagen institucional. - Manual de identidad de marca y estilo (gráfica). - Plan de mercadeo institucional - (modelo de relación con los públicos). - Narrativas comunes de la ACI (contenidos y gráfica). - Postulaciones a premios internacionales. - Monitoreo de la percepción de los públicos: satisfacción 		
<p>Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.</p>	<p>Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada o construida por los profesionales del proceso.</p>	<p align="center">H</p>	<p>Estrategia de Difusión y reputación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Envío de newsletter semanal para fortalecer el posicionamiento de la ciudad con aliados locales e internacionales. - Envío de boletines de prensa a medios internacionales. - Presstrip - Atención a solicitudes de prensa nacional e internacional. - Difundir la campaña Medellín como destino de inversión. - ACI Impactamos - Newsletter con historias de transformación. - Anuncio llegada de empresas bajo la modalidad Nearshoring. - Publicaciones de empresas internacionales que transforman el territorio. - Taller de vocería con los directores y personas claves de la ACI Medellín. - Elaborar manual de gestión de crisis para la ACI Medellín. 	<p>Ejecución de las actividades de la Estrategia de Difusión y reputación</p>	<p>Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Públicos internos y externos de la ACI Medellín. - Alcaldía de Medellín. - ARL. - Icontec. - MiPG. 	<p>Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada o construida por los profesionales del proceso.</p>	<p align="center">H</p>	<p>Estrategia de Comunicación organizacional y cultura</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Campañas de apropiación de la identidad institucional - Campañas internas para fortalecer la cultura institucional - Difusión en canales internos: boletín interno, podcast, Anuncios internos por chat y por correo masivo. - Creación de la Intranet. - Eventos Internos: ACI Mensual, Eventos de entrenamiento de comunicaciones. - Apoyo al Sistema de Gestión Organizacional: GH, SG-SST, Calidad. - Actualización de las herramientas y formatos de calidad del proceso del sistema de gestión y asistir a las reuniones del equipo de gestión de calidad. - Difusión de los procesos internos. - Apoyo en la inducción y reinducción de los funcionarios. - Apoyo a la difusión del Plan Estratégico. - Monitoreo de canales y mensajes. - Atención a solicitudes de traducción oficial. - Campañas de difusión: del modelo de intercambio de conocimiento interno de la ACI Medellín, de los productos de conocimiento, del uso eficiente y constante del CRM, del modelo 	<p>Ejecución de las actividades de la Estrategia de Comunicación organizacional y cultura</p>	<p>Públicos internos de la ACI Medellín.</p>
--	---	-------------------------	--	---	---	--

				de gestión de datos de la entidad- DatACI.		
<p>Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.</p>	<p>Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada o construida por los profesionales del proceso.</p>	<p align="center">H</p>	<p>Estrategia digital</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Administración de redes sociales. - Elaboración y edición de videos con inversionistas instalados en la ciudad. - Elaboración de podcast con inversionistas. - Publicación de columnas de opinión en nuestros canales de difusión digital - Publicación de información relacionada directamente con la gestión de la ACI Medellín. - Crear una nueva sección en la página web para publicar ofertas laborales de las empresas instaladas - Campaña de Medellín como destino atractivo para empresas ancla. - Campañas especiales para posicionar el banco de proyectos de la ACI Medellín. - Publicación de artículos de valor y de carácter informativo destacando esas buenas prácticas que tiene Medellín. - Podcast que ayuden a fortalecer la relación con aliados. - Fortalecer el posicionamiento web de la ACI Medellín. - Publicaciones de casos de éxito de empresas instaladas. - Crear una sección en el blog de la ACI Medellín - Revista Digital Link. 	<p>Ejecución de las actividades de la Estrategia digital</p>	<p>Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.</p>

				<ul style="list-style-type: none"> - Certificar las cuentas de de IG, FB y Tw - Realizar informe mensual del monitoreo de redes sociales. - Actualizar permanente el sitio web de la ACI Medellín. - Actualizar el Blog Revista Digital Link - Mantener actualizado el sitio web InvestMedellín.com.co - Plan de actualización y renovación Sitio web - Pautar publicaciones enfocadas en atraer inversión nacional y extranjera - Subsitio Aliados Internacionales. 		
Diáspora de paisas en el exterior	Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada o construida por los profesionales del proceso, según las necesidades de los paisas ubicados en el exterior.	H	Red de antioqueños en el exterior Sos Paisa	<ul style="list-style-type: none"> - Actividades para participación y relacionamiento de la comunidad paisa. - Identificar los paisas en el exterior y contactarlos. - Entrevista a los paisas para la elaboración del perfil. - Elaboración y publicación del perfil. - Coordinar aporte y actividades con el paisa. - Gestión de redes sociales Sos Paisa. - Publicación periódica de noticias de interés sobre Medellín. - Plan de redes sociales/ Temas. - Boletín Paisa News. - Campaña Fiestas patrias. - Página web actualizada. - Publicación de Notas, perfiles, embajadores y encuentros. 	Ejecución de las actividades de la Estrategia Red de antioqueños en el exterior Sos Paisa	Diáspora de paisas en el exterior y público externo en general.

				<ul style="list-style-type: none"> - Diseño y ejecución de campañas que de conocimiento y reconocimiento de los paisas en el exterior. - Trabajo en conjunto con Procolombia y su programa Colombia tu mejor Destino y Colombia Nos UNE. - publicación de convocatorias para la diáspora de multilaterales. - Celebración o conmemoración de fechas especiales Fechas especiales. - Realización de encuentros. - Gestión y socialización de aportes de paisas. - Nombramiento de embajadores paisas en el exterior. - Relacionamiento con embajadas y consulados de Colombia en el exterior. - Relacionamiento con entidades locales que tengan identificado paisas en el exterior para fortalecer la red. 		
Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.	Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada o construida por los profesionales del proceso.	H	Proyectos Especiales	<ul style="list-style-type: none"> - Cerebros Fugados - Área Metropolitana. - Medellín y sus Aliados. Internacionales. 	Ejecución de las actividades de los proyectos especiales según convenios o contratos.	Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.
Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.	Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada	H	Productos de diseño institucional - Marca	<ul style="list-style-type: none"> - Conceptualización y diseño para canales digitales internos y externos. - Conceptualización y diseño de campañas. 	Piezas de diseño entregadas y/o publicadas.	Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.

	o construida por los profesionales del proceso.			<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de informes de la Dirección Ejecutiva. - Diseño de plantillas y presentaciones institucionales. - Portafolios, propuestas de valor y one pagers. - Diseño de productos especiales: impresos y otros. - Diseño de City Card. 		
Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.	Solicitudes de agendas a comunicaciones	H	Atender las solicitudes de agendas que realizan los otros procesos	Visitar, recibir y realizar relaciones con los medios de comunicación y otros actores estratégicos locales e internacionales según la acción elegida.	Agenda de trabajo, actas de reuniones, rondas de medios locales, nacionales e internacionales, artículos publicados por atención a periodistas, reseñas en medios de comunicación sobre la ACI Medellín y la ciudad.	Medios de comunicación internacional y/o actores estratégicos locales e internacionales visitantes. Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.
Direccionamiento estratégico.	Requerimiento de seguimiento, verificación y reporte	V	Seguimiento al plan de comunicaciones	Realizar seguimiento a la ejecución del plan de comunicaciones orientado a los OKR de la organización.	Plan de comunicaciones revisado y ajustado.	Direccionamiento estratégico.
Evaluación independiente (Control Interno).	Solicitud mejora del proceso.	V	Establecer mecanismos de no conformidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Matriz de control de salida no conforme - Reporte de salida no conformes - Informe de la conformidad del producto o servicio 	Planes de mejoramiento formulados y aprobados.	Direccionamiento estratégico / Evaluación Independiente.
Direccionamiento estratégico / SIG / Evaluación independiente.	Mapas de Riesgos de gestión y de corrupción. Guía para la administración de riesgos.	V	Analizar y actualizar los riesgos del proceso.	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar la guía para la administración de riesgos. - Actualizar el Mapa de Riesgos de gestión y de corrupción. - Monitoreo a los controles definidos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mapa de riesgos del proceso actualizado y seguimiento a los controles definidos. - Oportunidades de Mejoramiento. 	Direccionamiento estratégico / SIG / Evaluación independiente.

**CARACTERIZACIÓN PROCESO
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-COM-01

Versión: 09

Vigencia: 24/05/2021

SIG Independiente. /Evaluación	Informes de auditorías internas.	A	Acciones correctivas, preventivas y de mejora.	Realizar análisis de causas, definir actividades y plan de acción de acuerdo con los hallazgos de la auditoría. Implementar acciones correctivas y de mejora del proceso.	Planes de mejoramiento formulados y aprobados. Ejecución y seguimiento a las acciones definidas en el plan de mejoramiento	Evaluación Independiente.
Evaluación Independiente.	Indicadores, riesgos y acciones correctivas y de mejora.	A	Ajustes al plan de mejoramiento Ajustes a las acciones correctivas y de mejora	Realizar seguimiento a la ejecución del plan de mejoramiento de comunicaciones orientado a los OKR de la organización.	Seguimiento y ajustes al plan de mejoramiento	Direccionamiento estratégico.

ENTORNO ESPECÍFICO DEL PROCESO

Normatividad	Riesgos identificados	Controles existentes
<p align="center">Ver normograma del proceso: https://www.acimedellin.org/transparencia-y-acceso-a-la-informacion-publica/</p>	Dar uso inadecuado de los recursos o información con el fin de favorecer a un tercero	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgación y apropiación de la Guía para la identificación y declaración del conflicto de intereses en el sector público - Desagregación de funciones y niveles de autorización para adjudicación de contratos de acuerdo con la modalidad de contratación
	Divulgación de información reservada o clasificada	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar la casilla para la verificación del tipo de control de la información con las fuentes, (confidencial, reservada, pública) mediante el formato "Seguimiento semanal a control de riesgos"
	Pérdida de oportunidad de la divulgación de la información	<ul style="list-style-type: none"> - Envío semestral de formato para actualización de los datos a periodistas, red Sos Paisa, asistentes a eventos.
	Pérdida de posicionamiento de la Agencia	<ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones positivas para informar local e internacionalmente la gestión de la ACI Medellín y de la ciudad - Cumplimiento al Plan operativo de comunicaciones - Mantener el enfoque de transformación de la ciudad para atención a periodistas, atención de agendas y eventos utilizando el guion de ciudad actualizado.
	Escasez de recursos para gestionar los productos del proceso	<ul style="list-style-type: none"> - Priorización en el presupuesto de las necesidades que tienen un mayor impacto para el plan operativo del proceso, al presentar el presupuesto anual - Supervisión del presupuesto asignado al proceso.

	Falta de oportunidad de divulgación de la información	<ul style="list-style-type: none"> - Verificar el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad por parte de todos los integrantes del equipo, para evitar incapacidad laboral - Informar anualmente al subproceso de gestión de los recursos tecnológicos sobre la proyección de presupuesto anual para comunicaciones incluyendo las licencias y recursos tecnológicos necesarios - Retroalimentación de los canales de comunicación virtual internos y su efectividad mediante encuestas
RECURSOS DEL PROCESO		
Humanos	Técnicos/Tecnológicos	Comités
Mano de obra: Los empleados de la dirección de comunicaciones y contratistas.	<p>Materiales: Recursos físicos, recursos financieros, recursos tecnológicos, información disponible, contratos de traducción, operador de eventos, especial multimedia Link, monitoreo, etc.</p> <p>Maquinaria y equipo: Equipos de cómputo, impresoras, puntos de red, servidores, red telefónica, equipos de comunicación, equipos de video y fotografía, programas de diseño y edición de videos.</p>	Comité Directivo, Comité de Contratación, Comité Coordinador de Control Interno, Comité de Inversión (Sectores priorizados), Comité de Cooperación (Líneas temáticas) y Comité mixto de Cooperación e Inversión.
DOCUMENTOS ASOCIADOS		
Documentos Internos	Documentos Externos	
<p>Documentos SIG</p> <ul style="list-style-type: none"> - FR-RLI-01 Formato de agendas. - PC-COM-01 Procedimiento de Comunicaciones. - PC-COM-03 Procedimiento Ferias y eventos (formato de propuesta y formato de informe final). - PC-COM-06 Formato de asistencia para eventos - PC-COM-02 Procedimiento Sos Paisa (evaluación de aportes, certificado de cooperación, agradecimiento aportes). - PC-COM-05 Procedimiento de Comunicación Interna. - FR-DES-02 Actas de reuniones. <p>Entregables</p> <ul style="list-style-type: none"> - Boletines de prensa (plantillas). - Boletín interno (plantillas). 	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de Desarrollo de la Ciudad. - Manuales de identidad corporativa de los socios. - Estrategia de redes sociales Alcaldía Medellín - Libro marca Alcaldía Medellín 	

<ul style="list-style-type: none"> – Publicaciones Internas (plantillas). – Newsletter (Plantilla). – Cronograma de publicaciones digital: Tablero clickup. – Manual de identidad de marca y estilo (gráfica). (En actualización). 	
--	--

MEDICION DEL PROCESO - INDICADORES

Nombre del Indicador	Objetivo del Indicador	Meta Plan Indicativo 2021	Frecuencia de medición
– 1.3.3.2 Eventos ¿Por Qué Medellín? realizados con empresarios nacionales y/o internacionales	– Eventos ¿Por Qué Medellín? realizados con empresarios nacionales y/o internacionales	– 5	– Anual
– 1.3.3.3 Aportes de paisas residentes en el exterior, que contribuyan al fortalecimiento de las apuestas de desarrollo local.	– Concretar acciones de cooperación realizadas por miembros de la red SOS PAISA que contribuyan con el fortalecimiento de las apuestas de desarrollo local.	– 10	– Anual

NOTAS DEL CAMBIO

REVISION	DESCRIPCIÓN	ELABORÓ	APROBÓ	FECHA	VERSIÓN FINAL
01	Logo, recursos.	Equipo Posicionamiento	Sergio Escobar	04/05/2016	02
02	Ajuste del objetivo, alcance, políticas, descripción general y recursos	Equipo Posicionamiento	Sergio Escobar	01/08/2016	03
03	Formato, políticas, ciclo PHVA, requisitos, indicadores, comités	Equipo Posicionamiento	Sergio Escobar	06/09/2017	04
04	Políticas, Ciclo PHVA, indicadores, documentos internos	Equipo Posicionamiento	Catalina Restrepo Carvajal	04/04/2018	05
05	Se ajusta el código de PSC a COM por el cambio del nombre de la Dirección solicita por Junta Directiva en el mes de julio de 2018.	Yesenia Arango Sánchez	Catalina Restrepo Carvajal	29/08/2018	06
06	Políticas, Ciclo PHVA, indicadores, documentos internos.	Equipo de Comunicaciones	Catalina Restrepo Carvajal	08/05/2019	07

**CARACTERIZACIÓN PROCESO
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-COM-01

Versión: 09

Vigencia: 24/05/2021

07	Objetivo, políticas, ciclo PHVA, recursos, documentos asociados e indicadores	Equipo de Comunicaciones	Eleonora Betancur González	04/08/2020	08
08	Objetivo, alcance, políticas, ciclo PHVA, recursos, documentos asociados e indicadores.	Equipo de Comunicaciones	Eleonora Betancur González	24/05/2021	09